

PRESSEMITTEILUNG

Servicestudie: Fachmärkte Bodenbeläge/Heimtextilien 2017

Fachkundige Mitarbeiter, gutes Angebot – Kundenwünsche zu wenig im Fokus – Testsieger ist Knutzen Wohnen

Hamburg, 14.07.2017 – Parkett, Laminat oder doch Teppichboden? Wer vor dem Einzug in eine neue Immobilie oder vor einem größeren Renovierungsprojekt steht, ist auf eine kompetente Beratung angewiesen. Dass Fachgeschäfte hier eine gute Wahl sein können und worauf Kunden achten müssen, zeigt das Deutsche Institut für Service-Qualität. Das DISQ hat im Auftrag des Nachrichtensenders n-tv und der DIY-Zeitschrift selber machen acht Fachmarkt-Ketten für Bodenbeläge und Heimtextilien getestet (*Sendehinweis: n-tv Ratgeber – Bauen & Wohnen, Dienstag, 18.07.2017, 18:35 Uhr / Print-Hinweis: selber machen, Nr. 8/2017, ab 14.07.2017 im Handel*).

Service überzeugt

Die Fachmärkte für Bodenbeläge und Heimtextilien bieten insgesamt eine gute Kundenorientierung. Die Servicequalität steigert sich gegenüber der Vorstudie 2015 von 73,9 Punkten auf aktuell 77,5 Punkte – Verbesserungen gibt es dabei in allen Testbereichen. Drei Fachmarkt-Ketten ragen heraus und erzielen das Qualitätsurteil „sehr gut“, vier weitere sind „gut“, nur ein Unternehmen kommt nicht über ein befriedigendes Gesamtergebnis hinaus.

Gute Fachkenntnis der Mitarbeiter

Fragen zu unterschiedlichen Produktgruppen beantworten die Verkäufer in der Regel korrekt und vollständig. In der Beratung werden die Vor- und Nachteile der Produkte ausführlich beschrieben und auch Alternativen vorgestellt. Erfreulich dabei: Die Angestellten nehmen sich in 85 Prozent der Fälle ausreichend Zeit für die Kunden. Ein Schwachpunkt ist dagegen die mangelnde Individualität der Beratung: In mehr als einem Drittel der Fälle gehen die Mitarbeiter zu oberflächlich auf die Kundenwünsche ein, etwa hinsichtlich des Produktdesigns oder des Preises.

Nicht alle Filialen bieten ein Komplettsortiment im Bereich Bodenbelag und Heimtextilien; vereinzelt fehlen einzelne Warengruppen gänzlich. Insgesamt ist das Angebot allerdings gut: Die meisten Fachmärkte verfügen über ein vielfältiges Sortiment; die Auswahl an Teppichböden, Innensonnenschutz und Laminat ist dabei besonders umfangreich.

Beratungswunsch eine Geduldssprobe

Ob aus Personalmangel oder fehlender Aufmerksamkeit: Die Beratungen beginnen erst nach mehreren Minuten Wartezeit: Im Schnitt dauert es fast vier Minuten bis ein Mitarbeiter zur Verfügung steht. Eine aktive Ansprache durch das Personal ist dabei auch keine Selbstverständlichkeit: In über 31 Prozent der Testfälle müssen Kunden von sich aus auf einen Angestellten zugehen. Markus Hamer, Geschäftsführer des Deutschen Instituts für Service-Qualität, zieht dennoch ein insgesamt positives Fazit: „Kompetente und freundliche Mitarbeiter, gutes Angebot und ansprechende Räumlichkeiten – die Rahmenbedingungen für ein kundenfreundliches Einkaufserlebnis sind meist gegeben. Um eine Top-Beratung zu bekommen, sollte der Kunde seine Vorstellungen und Wünsche aber konkret äußern.“

DISQ Deutsches Institut für
Service-Qualität GmbH & Co. KG
Dorotheenstraße 48
22301 Hamburg
Fon: +49 (0)40 / 27 88 91 48-0
Fax: +49 (0)40 / 27 88 91 48-91
info@disq.de, www.disq.de

Geschäftsführung:
Markus Hamer
Beirat:
Jochen Dietrich, Johann C. Lindenberg
Ust.-Id.-Nr. DE249603922
Amtsgericht Hamburg HRA 104009
Persönlich haftende Gesellschafterin:
buscha Verwaltungsgesellschaft mbH,
Amtsgericht Hamburg HRB 97297

Die besten Unternehmen

Als Testsieger geht Knutzen Wohnen mit dem Qualitätsurteil „sehr gut“ aus der Servicestudie hervor. Die Fachmarkt-Kette überzeugt mit sehr kommunikationsstarken und kompetenten Mitarbeitern: Sie sind sehr motiviert, gehen außerordentlich freundlich auf die Kunden ein und beraten verständlich. Vor- und Nachteile der Produkte wie auch Alternativen stellen sie umfassend dar. Auch das Umfeld punktet, etwa mit ansprechender Filialgestaltung und Sauberkeit. Neben einer breiten Produktpalette bietet der Testsieger auch zahlreiche Zusatzservices, zu denen eine – teils sogar kostenlose – Lieferung und Vor-Ort-Beratungen zählen.

Den zweiten Rang erreicht TTM, ebenfalls mit einem sehr guten Gesamtergebnis. Die Mitarbeiter punkten mit ihrer Fachkunde: Sie erfragen gezielt die Kundenwünsche und beraten individuell. Auch nehmen sich die Berater viel Zeit, etwa um Vor- und Nachteile und Produktalternativen vorzustellen. Das Angebot überzeugt ebenfalls; besonders vielfältig ist die Auswahl an Laminat sowie elastischen Böden. Das freundliche, hilfsbereite Auftreten der Verkäufer rundet das Ergebnis ab.

Rang drei belegt Home Market (Qualitätsurteil: „sehr gut“). Das insgesamt sehr vielfältige Angebot – insbesondere die Auswahl an elastischen Böden und Teppichböden – überzeugt. Die Wartezeiten auf eine Beratung fallen hier am kürzesten aus. Die motivierten und sehr hilfsbereiten Mitarbeiter präsentieren verschiedene Produktalternativen und geben verständliche Auskünfte. Ein Werkzeugverleih und die Lieferung der Ware werden in allen getesteten Filialen angeboten.

Das Deutsche Institut für Service-Qualität untersuchte acht Fachmarkt-Ketten für Bodenbeläge und Heimtextilien. Die Messung der Servicequalität erfolgte bundesweit über jeweils zehn verdeckte Besuche (Mystery-Tests) in verschiedenen Filialen der Unternehmen. Untersucht wurden dabei unter anderem Kompetenz und Freundlichkeit der Mitarbeiter, Angebot, Warte- und Öffnungszeiten, Qualität des Filialumfelds und vorhandene Zusatzservices wie Werkzeugverleih oder Lieferung. Insgesamt flossen 80 Servicekontakte mit den Fachmärkten in die Auswertung ein.

Veröffentlichung unter Nennung der Quelle:

Deutsches Institut für Service-Qualität im Auftrag von n-tv und selber machen

Pressekontakt:

Martin Schechtel

Tel.: +49 (0)40 / 27 88 91 48 - 20

E-Mail: m.schechtel@disq.de

www.disq.de

DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH & Co. KG

Dorotheenstraße 48, 22301 Hamburg

Tel.: +49 (0)40 / 27 88 91 48-0

Fax: +49 (0)40 / 27 88 91 48-91

E-Mail: info@disq.de

Das Deutsche Institut für Service-Qualität (DISQ) verfolgt das Ziel, die Servicequalität in Deutschland zu verbessern. Das Marktforschungsinstitut mit Sitz in Hamburg führt zu diesem Zweck unabhängige Wettbewerbsanalysen und Kundenbefragungen durch. Rund 1.500 geschulte Tester sind in ganz Deutschland im Einsatz. Die Leitung der Forschungsprojekte, bei denen wissenschaftlich anerkannte Methoden und Service-Messverfahren zum Einsatz kommen, obliegt einem Team aus Soziologen, Ökonomen und Psychologen. Dem Verbraucher liefert das Institut wichtige Anhaltspunkte für seine Kaufentscheidungen. Unternehmen gewinnen wertvolle Informationen für das eigene Qualitätsmanagement. Das Deutsche Institut für Service-Qualität arbeitet im Auftrag von renommierten Print-Medien und TV-Sendern; Studien für Unternehmen gehören nicht zum Leistungsspektrum des DISQ.